

L'entrepreneuriat féminin au niveau de la wilaya de Tipaza Female entrepreneurship in Tipaza province

Himrane Mohammed^{1*},

¹ *Université de Jijel, himranemohamed@yahoo.fr*

Reçu: 20/07/2019

Accepté: 07/09/2019

Publié: 31/10/2019

Résumé :

Le présent travail vise à dresser un état des lieux des entreprises créées par les femmes au niveau de la wilaya de Tipaza. En effet, nous avons collecté des données relatives aux femmes entrepreneurs auprès de sept (7) organismes publics chargés de l'encadrement et de l'inscription des entreprises (l'ANDI, la CNAC, l'ANGEM, l'ANSEJ, le CNRC et la CASNOS) au niveau de la wilaya de Tipaza. Les résultats montrent que le taux de création d'entreprises féminines est très faible au niveau de tous les organismes. En plus, les entreprises créées par les femmes évoluent majoritairement dans un seul domaine, les services. De même, elles sont de petite taille.

Mots clés: Entrepreneuriat, Création d'entreprises, femmes entrepreneurs, organisme public, Tipaza.

Codes Jel: M19, L 29, O57.

Abstract:

The aim of this study is to draw up an inventory of women-owned businesses in the province of Tipaza. In fact, we collected data about women entrepreneurs from various public bodies charged of management and business registration (Andi, Cnac, Angem, Ansej, Cnrc and Casnos) in Tipaza. The results show that the creation rate of women-owned businesses is very low at all public bodies. In addition, the women-owned businesses are mostly activating in the service sector and also very small.

Keywords: Entrepreneurship, business creation, women-owned businesses, public bodies, Tipaza.

JEL Classification : M19, L 29, O57.

* Corresponding author: **Himrane Mohammed**, Email: himranemohamed@yahoo.fr

1. Introduction :

Le rôle crucial que jouent les femmes dans le développement socioéconomique a été mis en évidence par la littérature. Par exemple, Brush et al, (2006) soulignent que les femmes entrepreneurs créent de l'emploi et contribuent à la création de richesse dans toutes les économies.

Ce rôle économique dans la lutte contre le chômage et la création de richesses sont de plus en plus ressentis dans les pays développés depuis quelques décennies, mais il reste au début de sa phase d'émergence dans les pays en voie de développement (*kobeissi, 2010*) tels qu'en Algérie.

Par ailleurs, les inégalités de genre dans certains pays en développement sont le résultat de l'absence de politique efficace et de réformes sociales, ainsi que de normes et de valeurs traditionnelles qui ont relégué les femmes au second rang (*Kitching et Wolfe, 2004*).

A ce titre, notre étude vise à dresser un état des lieux des entreprises créées par des femmes au niveau d'une wilaya de l'Algérie en l'occurrence la wilaya de Tipaza. En fait, nous avons sélectionné cette wilaya en raison de la chance qui nous a été offerte de collecter des données relatives aux femmes entrepreneurs auprès de sept (07) organismes publics chargés de l'encadrement et de l'inscription des entreprises (l'Andi, la Cnac, l'Angem, l'Ansej, la Casnos, le Cnrc, et la direction des PME). Il est à signaler que le processus de la collecte des données s'inscrit dans le cadre d'un projet relevant du CREAD¹ portant sur l'entrepreneuriat féminin.

Dès lors, notre objectif est d'évaluer l'entrepreneuriat féminin au niveau de Tipaza compte tenu des avantages (opportunités sociales et économiques) que procure une wilaya du centre de pays comparativement au reste des régions du pays. Il s'agit donc de répondre à la question suivante :

Quelle place occupent les entreprises dirigées par les femmes au niveau de la wilaya de Tipaza?

Pour ce faire, nous allons suivre le plan suivant:

1. L'intérêt pour l'entrepreneuriat féminin.
2. La place de l'entrepreneuriat féminin dans l'économie algérienne.
3. Les données collectées - cas de la wilaya de Tipaza.

2. L'intérêt pour l'entrepreneuriat féminin

Le rôle crucial que jouent les femmes dans le développement socioéconomique a été mis en évidence par la littérature. Par exemple, Brush et al, (2006) soulignent que les femmes entrepreneurs créent de l'emploi et contribuent à la création de la richesse dans toutes les économies. L'un des aspects pertinents de l'entrepreneuriat féminin est le fait qu'il est une importante source de croissance. La femme entrepreneur crée de nouveaux emplois pour elle-même et pour les autres, et surtout fournit des biens et services pour satisfaire des besoins multiples.

En réalité, la littérature met en évidence l'impact positif de l'entrepreneuriat féminin sur le développement socioéconomique. Cet impact comprend la création d'emplois, la croissance économique, l'innovation et la diversité en entrepreneuriat (Verheul et al, 2006). (Selon Brush et al, 2006), la population des femmes chefs d'entreprises est l'une des populations entrepreneuriales les plus croissantes au monde. Le nombre de femmes entrepreneurs se multiplie de façon rapide particulièrement dans les dernières années, alors que la croissance des hommes entrepreneurs est beaucoup plus modeste (Evans and Leighton, 1989).

L'entrepreneuriat féminin a pris une évolution croissante dans la plupart des pays industrialisés depuis une dizaine d'années, mais aussi dans les pays en voie de développement, avec souvent des caractéristiques spécifiques (des microentreprises). Les États-Unis par des actions volontaristes engagées depuis plus de trente ans ont montré la voie à suivre aux autres nations en matière de programmes et d'accompagnement des femmes entrepreneurs dont ils recueillent aujourd'hui les fruits.

A titre d'exemple, au Canada, une étude réalisée par Robichaud et McGraw (2003) et fondée sur des statistiques canadiennes a montré qu'entre 1991 et 1994, les entreprises dirigées par des femmes ont créé quatre fois plus d'emplois que la moyenne canadienne (Carrier et al, 2006).

D'autre part, les études empiriques démontrent que le rôle de l'entrepreneuriat féminin dans la réduction de la pauvreté est fondamental, à ce titre: l'expérience de la Banque Grameen en Bangladesh est exemplaire. Cette banque a principalement focalisé sur les femmes, car elle avait découvert que l'octroi des crédits à cette catégorie produisait des profits aussi bien pour les familles que

pour la communauté. Son fondateur, prix noble Yunus (2007), montre que la contribution des entreprises féminines est un instrument efficace pour la lutte contre le chômage. Alors l'émergence de ce type d'entreprises au Bangladesh a contribué d'une façon remarquable à la diminution de la pauvreté dans les zones rurales.

En effet, beaucoup de femmes se lancent en premier lieu dans des activités entrepreneuriales pour créer leur propre emploi. On parle alors "d'entrepreneuriat de nécessité", par opposition à l'entrepreneuriat de croissance" qui est plus répandu chez les hommes (*GEM, 2010*).

Il est maintenant plus visible que l'entrepreneuriat féminin crée de l'emploi et contribue à la création de richesse dans toutes les économies (Brush et al, 2006). Les femmes entrepreneurs contribuent au développement économique en créant non seulement des emplois mais aussi des richesses.

En effet, l'entrepreneuriat est largement considéré comme un important mécanisme de développement économique, et ce pour son impact sur l'emploi, l'innovation et le bien-être. En effet, l'intérêt de l'entrepreneuriat féminin dans les pays en voie de développement est plus visible, en raison de l'évolution du rôle de l'entrepreneuriat dans le développement économique, et pour aussi l'augmentation du nombre de femmes chefs d'entreprises à cause du phénomène du «plafond de verre» en partie qui empêche les femmes à s'épanouir au-dessus d'un certain niveau dans l'organisation (*Daily et al., 1999*).

L'entrepreneuriat au féminin peut être considéré comme un champ d'étude autonome. En général, les chercheurs semblent devenus plus conscients de la sensibilité des différences entre les sexes, et le genre devient de plus en plus employé comme une variable de contrôle (*Verheul, 2005*). Il ne s'agit plus de s'intéresser au sexe de l'individu mais à sa manière de diriger son entreprise (Chabaud, 2013). Bien que le travail pionnier de Schwartz (1976) reste seul dans son genre jusqu'à la fin de la décennie 70, il a effectivement représenté le début d'un courant de recherche qui a décrit en détail les caractéristiques de femmes entrepreneurs, leurs entreprises, et leur contribution à la croissance.

3. La place de l'entrepreneuriat féminin dans l'économie algérienne

Les femmes possèdent et gèrent entre 31 % et 38 % des entreprises au niveau mondial, alors qu'une enquête réalisée par la Banque Mondiale entre la période 2003-2010 montre qu'elles ne représentent que 15 % des entreprises dans la région MENA (*Cawtar, 2015*).

Pour un pays comme l'Algérie qui a un taux de chômage élevé et un taux d'entrepreneuriat très faible, la stimulation de l'entrepreneuriat est un choix incontournable. L'entrepreneuriat en général est très faible dans le pays, il devient plus critique quand il s'agit de l'entrepreneuriat féminin.

L'Algérie demeure très en retard par rapport au reste du monde en matière d'activité entrepreneuriale en générale et d'activité entrepreneuriale des femmes en particulier. Non seulement le taux d'activité des femmes en Algérie est l'un des plus faibles du monde, mais encore leur taux de chômage est très élevé en particulier chez les diplômées. Avec un taux d'activité féminine de 14,7% et une proportion de femmes dans la population active qui ne dépasse pas 17%, l'Algérie se situe parmi les 4 pays ayant la plus faible participation économique des femmes au niveau mondial (avec l'Irak, la Syrie et la Palestine).

Par ailleurs, le projet du Global Entrepreneurship Monitor (GEM) qui est une évaluation annuelle des attitudes, aspirations et activités entrepreneuriales (TEA) dans plusieurs pays indique que le taux moyen d'activité entrepreneuriale en Algérie a été de 14,5% pour les hommes contre seulement 8% pour les femmes durant les années 2009/2012. L'écart sexospécifique témoigne que les hommes sont deux fois plus nombreux à s'impliquer dans le lancement d'une nouvelle entreprise. Ce constat confirme les autres études GEM, menées à l'échelle internationale et régionales.

De leur part, les données de l'étude GEM Algérie 2012 montrent que le rapport hommes-femmes a été plus faible en 2009 et tendance à augmenter dans les enquêtes 2011 et 2012. Elles montrent également que la participation des femmes à l'activité entrepreneuriale est en train de diminuer en faveur des hommes. Les taux de TEA féminins² suivent la même tendance générale observée chez les hommes. Les femmes entrepreneurs sont plus concentrées dans les catégories d'âges 24-34 ans et 35-44 ans.

En dehors des données de GEM, sur un total de 157 122 inscrites au CNRC à la fin de l'année 2014, 8 163 entreprises sont gérées par des femmes, soit 5,2%. Quant aux personnes physiques, sur 1 484 625 activités, 122 253 activités appartiennent à des femmes, soit 7,6%. Dans cette catégorie de personnes physiques, la classe d'âge la plus entrepreneuriale est située entre 39 à 48 ans, correspondant à un taux de 26,85%, suivie par la classe de femmes âgées entre 29 à 38 ans, correspondant à un taux de 22,15%.

Les femmes sont concentrées essentiellement dans la wilaya d'Alger avec un taux de 8,2% du nombre total des commerçantes, suivie de la wilaya d'Oran et de Tlemcen, respectivement avec un taux de 6,2%, et de 4,2%.

Force est de constater que le nombre de femmes entrepreneurs en Algérie a connu une évolution remarquable du fait de l'existence de nombreux programmes de soutien à l'entrepreneuriat. Nous pouvons citer: l'ANSEJ, la CNAC, l'ANGEM et l'ANDI. Les structures publiques sont des agences chargées de l'exécution des politiques publiques d'aide et de soutien à la création d'entreprises. Ces agences sont censées apporter un appui important en termes d'accompagnement des promoteurs et la formalisation de leurs activités.

D'autre part, les normes culturelles traditionnelles qui attribuent des rôles et des responsabilités aux femmes dans les sociétés de la région du Maghreb façonnent sans conteste les modes de pensée et influencent les perceptions et les attitudes vis à vis de la création d'entreprises (*Himrane et al.,2016*).

3. Données collectées au niveau de la wilaya de Tipaza

L'objet de notre étude est de collecter des informations auprès de différents organismes publics en vue de mieux s'informer sur l'état des lieux de l'entrepreneuriat féminin dans cette wilaya. Pour ce faire, nous avons consulté les organismes suivants: l'Angem, la Casnos, l'Andi, l'Ansej, la Cnac et le Cnrc. Les données collectées sont présentées et analysées dans des tableaux repartis selon le sexe, le type d'activité, etc.

Le travail de collecte des données n'était pas sans difficulté. De façon générale, les organismes publics craignent de divulguer les statistiques. Ils cherchent à se désengager de délivrer à tout prix les statistiques en recourant aux prétextes

suivants (faute de temps, effectifs insuffisants, disponibilité de statistiques sur le site, réorientation à la DG, ou demande d'une autorisation auprès de la DG, etc).

3.1. L'Agence Nationale de Développement d'Investissement (ANDI)

Les agences de l'Andi constituent un instrument important pour la promotion de l'investissement et de l'entrepreneuriat féminin en Algérie. Au niveau de l'agence de Tipaza, le nombre de création d'entreprises par les femmes représente un pourcentage insignifiant : 1,28 % parmi le total des entreprises créées, et ce, depuis la mise en place de cette agence en 2002. En d'autres termes, il a été recensé 45 sociétés financées au profit des femmes sur un total de 3515 projets financés durant la période 2002-2015. Presque la moitié des entreprises, 21 entreprises sont créées dans les dernières années (entre la période 2011-2015), soit 3.3% par rapport au total des entreprises créées durant la même période. La participation de ces entreprises dans l'absorption du chômage s'élève à 573 emplois créés.

Par ailleurs, les activités les plus attractives pour les femmes est le transport de voyageurs et de marchandises (75% entreprises). Ce constat corrobore d'autres études sur l'entrepreneuriat féminin couvrant d'autres wilaya du pays (voir Himrane, 2017).

Cependant, les fonctionnaires de l'agence locale de l'ANDI nous ont confirmé l'invisibilité des femmes conductrices de bus ou de camions dans la wilaya!!!. Cette révélation remet en question l'identité de la personne créatrice de l'entreprise et donne lieu à des interrogations sur le véritable exploitant de l'entreprise. À cet effet, nous devons nous rendre à l'évidence qu'un homme, en l'occurrence, le conjoint, le fils, ou le frère de ces femmes créatrices, qui est le véritable acteur de l'entreprise. Par conséquent, le niveau de l'entrepreneuriat féminin dans cette région se révèle beaucoup plus faible que le niveau communiqué par les statistiques du guichet unique de la wilaya. Quant à l'âge moyen des femmes créatrices d'entreprises, il est de 46 ans.

Les données de l'ANDI ont montré clairement à quel point le nombre d'entreprises appartenant aux femmes est encore très faible par rapport au reste du monde.

3.2 L'Agence Nationale de Gestion du Micro- Crédit (ANGEM)

Le dispositif de l'ANGEM est l'un des instruments de réalisation de la politique du gouvernement pour lutter contre le chômage et la précarité. Il est destiné aux personnes âgées de 18 ans et plus. Au niveau de l'ANGEM de Tipaza (l'agence Est et l'agence Ouest), les petits prêts non rémunérés (PNR) - plafonnés à 100 000 DA pour l'acquisition des matières premières (AMP) - ont assuré le financement de 12 450 projets pour femmes durant la période 2005-2015, ce qui est égale à un pourcentage de 98 %. Cependant, la proportion des femmes entrepreneurs bénéficiaires de projets plafonnés à 1 000 000 DA est très faible par rapport à la proportion des femmes bénéficiaires de projets plafonnés à 100 000 DA pour la même période. En effet, il y a 478 projets de type PNR, soit un pourcentage de 11% projets financés en faveur des femmes sur le nombre total des entreprises PNR/projets.

Dans un autre organisme à savoir *l'ANGEM*, les activités industrielles représentent plus de 90% des entreprises créées. Mais, nous ne devons pas perdre de vue, ces activités sont d'une taille très petite, et leur financement ne dépasse pas de 100 000 DA. Force est de constater que pour ce type de financement, le maillon faible est le domaine du commerce. En ce qui concerne les PNR projets (financement plafonné à 1 000 000 DA), nous observons que le secteur d'industrie et de services sont des activités les plus exploitées.

Tableau 1. Financement des femmes par secteur d'activité entre 2011 et 2015

Secteur d'activité	PNR 40 000 DA	PNR 40 000 à 100 000 DA	Financement à 1 000 000 DA	Total
Agriculture	548	4	11	563
Pêche	0	0	0	0
Industrie	9746	220	105	10071
BTP	0	1	0	1
Services	870	30	103	1003
Commerce	0	0	7	7
Artisanat	1002	29	4	1035
Total	12166	284	230	12680

Source: documents internes de l'ANGEM-Alger, 2016

Également, le nombre de PNR/AMP à Tipaza est de 12 166 activités (le nombre de PNR/projets à Tipaza est de 260 projets. D'une façon générale, le financement de type AMP enregistre la part du lion avec 95% à Tipaza. En fait, les femmes préfèrent les toutes petites activités qui sont très souvent dirigées à partir de leurs domiciles.

3.3. L'Agence Nationale de soutien à l'emploi des Jeunes (ANSEJ)

Ce dispositif est adressé aux jeunes chômeurs âgés entre 19-35 ans qui possèdent une qualification professionnelle en relation avec l'activité projetée. Dans l'organisme d'accompagnement, *ANSEJ de Tipaza*, les femmes ont créé 1 011 entreprises sur un total de 10 473 entreprises, soit, 10% des entreprises créées depuis 1998. Les activités de services sont toujours dominantes à raison de 50%, suivies par les activités d'artisanat à raison de 20%.

Tableau 2. La répartition des projets financés par le secteur d'activité et de sexe (1998-2015)

Secteur d'Activité	projets financés	Dont femme
Agriculture	1 353	35
Artisanat	1 330	204
BTPH	1 418	11
Industrie	203	39
Pêche	253	
Professions Libérales	209	135
Service	2 891	508
Transport Frigorifique	423	11
Transport Marchandises	1 360	27
Transport de Voyageurs	1 040	54
Total	10 480	1 024

Source: documents internes de l'ANSEJ-Alger, 2016

Le taux le plus élevé (16%) a été enregistré en 2004, et la valeur la plus faible (7 %) a été réalisée dans la 1ere année du lancement de ce dispositif à savoir 1998 et en 2012. Au niveau de Tipaza, les taux d'activité entrepreneuriale des femmes ont connu des régressions. Toutefois, ils connaissent ces dernières années une net évolution.

Tableau 3. Projets financés au profit des femmes dans la wilaya de Tipaza

	1998	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2014	2015	Total
Femmes	27	1	30	6	3	8	40	13	0	1011
Total	282	130	83	97	75	61	016	101	19	10473
Taux	7%	11%	16%	13%	13%	11%	7 %	10%	13%	10%

Source: documents internes de l'ANSEJ-Alger, 2016

3.4. La Caisse Nationale de la Sécurité Sociale des Non-Salariés (CASNOS)

Concernant l'affiliation des femmes à la CASNOS, Il convient de rappeler qu'au niveau de la CASNOS, toutes les activités commerciales sont appelées à l'enregistrement tant les petits commerces que les grandes entreprises. Sur un nombre de 3 274 femmes affiliées actives, 3038 des activités sont relatives au secteur non agricole contre 191 activités qui concernent des activités agricoles. Seul durant l'année 2015, le nombre des activités s'élève à un niveau de 336 activités, soit un taux de 2%.

Tableau 4. Dénombrement des affiliés du genre féminin

Désignation	Femmes
Non agricole	3083
Agricole	191
Total	3274

Source: documents internes de la CASNOS-Tipaza, 2016

3.5. La Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC)

Ce dispositif représente un instrument de soutien à la création et à l'extension d'activités pour les chômeurs promoteurs âgés de 30 à 50 ans. Il a été créé par le décret exécutif n° 04-03 du 03 janvier 2004.

Concernant maintenant la CNAC Tipaza, les femmes ont déposé 877 demandes de financement. Seulement 371 projets ont été admis. Le taux d'éligibilité est donc de 42%. Financièrement parlant, il y a seulement 184 dossiers qui ont été validés. Quant à la situation au regard de l'emploi, les entreprises féminines ont créé 458 postes d'emploi dont 297 postes sont occupés par des femmes.

Tableau 5. Participation de la femme dans le dispositif CNAC: Situation arrêtée au 30/06/2016

Indicateurs	Nombres
Dossiers déposés	877
Dossiers éligibles	371
Dossiers déposés auprès des banques	292
Dossiers accordés par les banques	227
Dossiers financés	184
Emplois créés	458 (dont 297 femmes)
Activités démarrées	76
Emplois réels	77 (dont femmes)

Source: documents internes de la CNAC-Tipaza, 2016

Par ailleurs, depuis la création de la CNAC en 2004, le pourcentage global de création d'entreprises féminines est de 6 %. Il demeure de toute façon très faible. Le taux de 13%, réalisé en 2006, est le taux plus élevé à la CNAC de Tipaza, tandis que le taux de 2%, est le taux le plus faible, réalisé en 2010 et en 2011.

Tableau 6. Projets financés au profit des femmes (2004-2015)

	2004	2006	2008	2010	2012	2014	2015	Total
Projets féminin	0	110	22	55	35	28	27	168
Total	0	75	49	202	721	302	312	2712
Taux	0%	13%	4%	2%	5%	9%	9%	6%

Source: documents internes de la CNAC-Tipaza, 2016

D'autre part, les femmes entrepreneurs à Tipaza investissent moins dans le secteur agricole. Le secteur des services demeure largement préféré par les femmes en recevant la part du lion avec un niveau de 68%, suivi du secteur d'industrie avec un niveau de 16%. Le coût de financement des entreprises féminines dans l'agence de la CNAC a atteint 416 milliards de dinars.

3.6. Centre National de Registre de Commerce (CNRC)

Le Centre National du Registre du Commerce est une institution administrative autonome placée sous l'égide du Ministre du Commerce depuis le mois de Mars 1997. Son domaine de compétence est la tenue du registre du commerce.

Selon le *CNRC Tipaza*, le nombre d'entreprises radiées, en 2015, est de 12 entreprises. Cette information témoigne sur la dynamique de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tipaza comparativement. Tipaza se positionne en 4 place au niveau national en matière de l'importance des entreprises féminines radiées. Par contre, pour le nombre d'entreprises créées, les femmes ont créé 251 sociétés à Tipaza. Sans surprise toujours, la nature des activités de femmes inscrites au CNRC Tipaza est fortement liée aux activités de services à raison de 65%, suivie du secteur du commerce à raison de 15%.

Tableau 7. Evolutions et radiations des sociétés dirigées par des femmes

Année	1998	2000	2002	2005	2008	2011	2012	2013	2014	2015
Evolution femmes associées	8	49	78	126	154	174	190	206	233	251
Radiation femmes associées	0	1	1	5	13	13	14	18	12	12

Source: documents internes de la DG de CNRC, 2016

3.7. La direction des PME

Enfin, selon la direction des *PME* Tipaza, le nombre de création d'entreprises par les femmes durant la période allant de 2010 à 2015 est de 662 entreprises sur un total de 4441 entreprises, soit 15%. Comme nous avons expliqué plus haut, le fait d'intégrer toutes les activités relatives aux personnes physiques, le niveau d'affiliation des féminine tend à augmenter.

4. CONCLUSION

Nous assistons ces dernières décennies en Algérie au développement de l'entrepreneuriat féminin dont son développement est accentué par les changements dans les caractéristiques propres des femmes: la baisse des taux de fécondité, l'accès meilleur des femmes à l'éducation, le développement économique des femmes et la baisse des inégalités de sexe.

Cependant, les résultats de notre étude montrent que le taux de création des entreprises dirigées par des femmes est très faible au niveau de l'ensemble des organismes. En plus, les entreprises créées par des femmes activent pour la plupart dans le domaine des services. De même, elles sont d'une très petite taille.

En réalité, l'Algérie ne peut aspirer à être développée sans s'approprier d'une économie solide et une croissance économique durable. Ce développement est possible à travers l'effort et l'engagement de toute la composante démographique (hommes et femmes) de la nation. À ce titre, le développement de l'entrepreneuriat féminin a un rôle significatif. Son appui représente une stratégie efficace pour exploiter une ressource sous-utilisée, créer des emplois, activer le développement économique, et encourager la cohésion sociale.

Bien que le niveau de l'entrepreneuriat féminin ait évolué de façon très visible dans le monde, il a du mal encore à émerger en Algérie. Non seulement le taux d'activité des femmes en Algérie est l'un des plus faibles du monde, mais encore leur taux de chômage est très élevé en particulier chez les diplômées. Le pays peut compter sur le potentiel important d'une population féminine jeune, de mieux en mieux formée, et qui peut contribuer à la diversification économique vers des secteurs compétitifs au niveau international, axés sur les connaissances, à forte intensité de main d'œuvre, et conduisant à une croissance rapide et à une élévation des niveaux de vie.

Généralement, les femmes choisissent l'entrepreneuriat pour concilier vie privée et vie professionnelle. Aujourd'hui, avec la crise économique que traverse le pays, une fenêtre s'ouvre pourtant aux femmes chefs d'entreprises. Une « opportunité » à saisir.

6. Références :

1. Brush, C.G. (2006), « **Women entrepreneurs: A research overview**», The Oxford handbook of entrepreneurship, eds., M. Casson, B. Yeung, A. Basu, and N. Wadeson, 611-28. Oxford: Oxford University Press.
2. Carrier, C.; Julien, P.A.; Menvielle, W. (2006). « **Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin : une synthèse des études des 25 dernières années** », Gestion, Vol. 31, N° 2, p.36-50.
3. Cawtar (2015), "**Promouvoir l'autonomisation des femmes pour un développement industriel inclusif et durable dans la région Moyen-Orient et Afrique du Nord**", document de travail, ONUDI.
4. Chabaud, D. , Lebegue, T. (2013). « **Femmes dirigeantes en PME : Bilan et perspectives**», Revue Interdisciplinaire Management et Humanisme, N° 7, p.43-60.
5. Daily, C., Certo, S., and Dalton, D. (1999). « **Entrepreneurial ventures as an avenue to the top? Assessing the advancement of female CEOs and directors in the Inc.100** », Journal of Developmental Entrepreneurship, 4(1): 19–34.
6. Evans, D. and L. Leighton (1989), "**Some empirical aspects of entrepreneurship**". American Economic Review 79, 519–535.
7. GEM (2010). « **Rapport régional du Global Entrepreneurship Monitor - GEM MOAN (Moyen Orient et Afrique du Nord)** », Canada, Décembre 2010, www.gemconsortium.org.
8. Himrane.M,Belaidi.A,Bouznit,M.(2016), «**L'entrepreneuriat féminin dans le Maghreb. L'influence des déterminants du genre**».13e CIFEPME, Trois Rivières, Canada.
9. Kitching, B., and Woldie A. (2004). "**Female Entrepreneurs in Transitional Economies: A Comparative Study of Business women in Nigeria and China**". Paper presented at the Hawaii International Conference on Business, 21-24 June. Honolulu.
10. Kobeissi, N. (2010), « **Gender factors and female entrepreneurship : International evidence and policy implications** », Journal of International Entrepreneurship, Vol. 8 Issue1, p.1-35.
11. Robichaud Y., McGray E., Roger A. (2005), « **L'influence des objectifs des entrepreneurs sur la performance des petites entreprises : une comparaison hommes/femmes** », *Revue de Gestion des ressources humaines*, 55, 22-35.
12. Schwartz, E.(1976),"**Entrepreneurship: A New Female Frontier**", Journal of Contemporary Business 5, no. 1 (1976): 47–76.
13. Verheul, I., Uhlaner, L., Thurik, R. (2005), « **Business accomplishments, gender and entrepreneurial self-image**». Journal of Business Venturing 20(4), 483–518.
14. Verheul,I., Van Stel, A.,Thurik, R. (2006), « **Explaining female and male entrepreneurship at the country level** », Entrepreneurship & Regional Development 18(2): 151–183.

15. Yunus, M. (2007), « **The Nobel Peace Prize 2006 Nobel Lecture** », Law and Business Review of the Americas ,13(2): 267–275.

7. Sources supplémentaires:

1. Documents internes du Guichet unique décentralisé- ANDI-Tipaza, 2016
2. Documents internes de l'Antenne Régionale ANGEM-Tipaza, 2016
3. Documents internes de l'Antenne de Tipaza-ANSEj, 2016
4. Documents internes de l'Agence CNAC-Tipaza, 2016
5. Documents internes de la Direction Générale de CNRC-Tipaza, 2016
6. Documents internes de l'Agence Régionale CASNOS-Tipaza, 2016
7. Documents internes de la Direction Générale de PME de Tipaza, 2016

8. Renvois :

¹ Centre de Recherche en Economie Appliquée pour le Développement.

² Activité entrepreneuriale à un stade précoce (TEA) : Pourcentage de femmes des 18–64 ans qui sont soit entrepreneurs naissants soit propriétaires gérants d'une nouvelle entreprise.